

ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ ПРАЗДНИКОВ

«Праздник к нам приходит!..» – или его приводят?

Исследование по итогам экспертного опроса «Отмечаете ли вы хеллоуин»
и другие «не наши» праздники?»

Н.В. Вакурова,

кандидат филологических наук, доцент

Государственный университет управления (Россия)

natalia_vakurova@mail.ru

Л.И. Московкин,

корреспондент

газета «Московская правда» (Россия)

Аннотация. Статья описывает сравнительное исследование итогов экспертного опроса с экспертными заключениями по истории и практике изменений праздничного паттерна современной России.

Опрос проводился в устной форме с основным вопросом «Отмечаете ли вы Хэллоуин и другие иностранные праздники?»

Вопрос оказался релевантным. Не получено ни одного отказа. Респонденты увлекались, отвечали эмоционально и иногда с развернутыми объемными комментариями, содержащими элементы исследования.

Типология праздников не была предметом исследования. Задача состояла в том, чтобы выяснить отношение россиян к заимствованным праздникам и проанализировать различные точки зрения.

Ключевые слова: валентинки, викиномика, импортозамещение праздников, пропаганда, самхейн, Смута, Хэллоуин.

Summary. The article describes a comparative study of the outcomes of the expert survey with experts' conclusions on the history and practice changes of a festive pattern of modern Russia.

The survey was conducted orally with the basic question «Do you Celebrate Halloween and other foreign festivals? ».

The question was relevant. Any rejections were not received. Respondents were involved and responded emotionally, sometimes with expanded volume comments containing elements of the study.

The typology of the feasts was not the subject of this study. The aim was to find out the attitude of Russians to borrowed holidays and to analyze different points of view.

Keywords: Halloween, import substitution holidays, propaganda, Samhain, Strife, Valentine, wikinomics

В постсоветское время населению России неоднократно предлагалось отмечать новые для страны праздники. Неприятие новаций заставило переименовать День независимости в День России. День народного единства вызвал кри-

тику в составе антироссийской пропаганды и недовольство коммунистов, про-должающих отмечать 7 ноября как День Великой октябрьской революции.

Временные рамки и совпадения играют важную роль в успехе или не-успехе новации. Например, День Петра и Февронии не приживается из-за того, что в июле снижается плотность личных контактов. В этом смысле Дню свято-го Валентина в России «повезло», как будет указано ниже.

День Петра и Февронии как православный праздник восточных славян отмечается 25 июня (8 июля) в день первого покоса, когда «русалки уходят от берегов и купаться становится безопасно». Муромские святые Петр и Феврония считаются покровителями семьи, любви и верности. Предположительно прото-типом Петра является муромский князь Давид, который правил в 1205-1228 го-дах. Святые канонизированы РПЦ спустя два века в 1547 году. Дошедшая до наших дней «Повесть о Петре и Февронии Муромских» синтетически составле-на после канонизации из двух народно-поэтических сюжетов: волшебной сказ-ки об огненном змие и сказки о мудрой деве, травнице, дочери бортника. В по-вести она вылечила князя от болезни, вызванной кровью убитого им змия. Ре-альный прототип действительно был болен, возможно, проказой. Образ Февро-нии исторического прототипа не находит и, возможно, возник из устной тради-ции как собирательный. Обе фигуры не соответствуют не только истории, но и агиографии.

По словам директора проектов развития международных связей Фонда «Добрососедство» Юрия Московского, Муром был одним из стратегических центров и долго сопротивлялся крещению. Канонизация местночтимых святых Петра и Февронии стала уступкой молодой неустоявшейся конфессии языче-ским обрядам и традициям. В постсоветское время произошло нечто противо-положное. Прозападнические настроения 90-х практически полностью заме-стили русские традиции западными образами и обрядами, насаждаемыми с 80-х, причем сначала в форме вновь изобретенных форм, а не устоявшихся. Русал-ки, лешие, домовые, оборотни, Соловей-разбойник, Змей-Горыныч, Баба-Яга, три богатыря сохранились в картинах русских художников, переизданных сказ-ках, мультфильмах с их образами и трудах исследователей восточных славян, таких, как фольклорист Анна Некрылова или этнограф Александр Терешено.

Остатки дохристианских традиций и обрядов ушли во время становления Советской власти, когда жажда новаторства использовала земские кадры в формате советов, переименовала все нужное и отринула все ненужное. Страна оказалась в изоляции и строила свою коммунистическую мифологию самостоя-тельно на основе новых международных традиций. Так, Вальпургиева ночь 30 апреля естественно перетекла в День международной солидарности трудящихся на основе маевки. В какой-то степени опыт российских евреев использовал Из-раиль, поставив строительство языка и мифологии на государственную основу. Цикл замкнулся, аналогично строил свою мифологию христианский мир из древнееврейских корней, отрекаясь от них.

Вновь охваченную жаждой новаторства постсоветскую Россию не оставили в изоляции. Максимальная открытость вместе с пиком прозападнических настроений блокировали исполнение распоряжений Бориса Ельцина срочно найти русскую национальную идею. В эпоху Владимира Путина в новом веке предсказанные Стругацкими центробежные процессы в империи в очередной раз сменились центростремительными. Эклектичное состояние массового сознания несло опасность не только для конструктивного развития, но и текущего состояния. В первые годы века прошло несколько физических провалов с ростом депрессивных и суицидальных настроений. Для власти страны было бы самоубийственно во время демографического провала помогать народу праздновать деструктивный Хэллоуин или обмениваться валентинками как знаками любви без верности, абстрактной или конкретной вне семейных отношений и обязанностей.

В качестве паллиатива в 2008 году произведена попытка ввести праздник Петра и Февронии как День семьи, любви и верности.

Если смысл Дня народного единства как окончания Смуты разъясняли на многочисленных мероприятиях, то для Дня семьи, любви и верности интерпретировать было бы нечего из-за отсутствия у календарной даты физических или исторических корней. Косить траву к этому времени в стране перестали, дойное стадо сократилось, луга и поймы зарастали сорными травами. Учитывая, что кризис семьи первичен относительно волны бытового насилия и кризисов школы, экономики и политики, должно быть удивительным, что именно для этого базового института стабильности человечества не сумели найти верифицируемых исторических или религиозных корней. Корни оказались исключительно фольклорными, что показывает наличие некоего внутреннего фактора стабильности восточных славян.

Для возрождения праздника Петра и Февронии немало усилий приложили «Фонд социально-культурных инициатив» Светланы Медведевой и фонд «Добрососедство». Юрий Московский считает 8 июля удачной датой во времени, ненасыщенном другими праздниками. В 2010 году в Муроме был поставлен памятник Петру и Февронии с зайчиком позади них как символом плодovitости. Аналогичные памятники стали устанавливать в других городах, например, в Химках напротив ЗАГСа. Из Петра и Февронии сделали второй бренд Мурома наряду с богатырем Ильей Муромцем. На 8 июля в Муром съезжаются толпы паломников и особенно паломниц, в том числе бездетных, особенно радующихся детям. Мероприятия праздника Петра и Февронии проходят без алкоголя. Федеральные СМИ «местнотимые» события освещают в формате, которого массовый зритель без специального интереса не замечает и остаются впечатление, что праздник не отмечается и не прижился.

История нового-старого праздника раскрывает, как сталкивается с непониманием сути искусственное возрождение старых, создание новых и имплементация зарубежных региональных традиций. Молодежь обменивается валентинками и вовлекает старшее поколение в ритуал Хэллоуина с тыквой без осо-

знания несовместимости их основы в любви или жестокости. Создается ощущение массовости. Наш опрос показал, что ситуация принципиально иная. Распространению традиции Хэллоуина в России препятствует указанный фактор восточнославянской стабильности.

Написание названия праздника не устоялось. Яндекс дает 34 млн ссылок на «хэллоуин» в том числе на «хеллоуин» и «хелоуин», однако в запросе все варианты включая «хеловин» принудительно исправляет на «хэллуин». Словарь WinWord исправляет на «Хэллоуин». Google дает 2,72 млн ссылок на «хэллоуин», 1,08 млн на «хеллоуин», 531 тыс на «хелоуин» и 62,9 тыс на «хеловин». Halloween встречается 386 млн в Google и 35 млн в Яндексе. Соотношение по омониму с другим смыслом «Halloween» обратное – соответственно 1,83 и 5 млн. Значительный объем ссылок не имеет отношения к празднику, однако разница соотношений отражает тенденции. В данном случае релевантность поискового робота практически не искажается относительно релевантности массового сознания.

Важно не то, откуда к нам приходят праздники, а нужны ли они в России и кто их реально отмечает.

В период между Новым и «старым» Новым годом нами было проведено экспресс-исследование относительно таких праздников, как Хэллоуин и День св.Валентина.

Опрос инициирован преподавателем Института современного искусства Юлией Сарычевой методом викиномики в социальной сети «Facebook». Учитывая дискуссию в сети, мы провели экспертный опрос в Госдуме.

Площадка Госдумы привлекает информированных людей, склонных к действию, в том числе профессиональных политтехнологов и социологов. Наиболее существенные для понимания предмета моменты наши собеседники не могли отразить прямыми словами даже на условиях запрета ссылки на источник. Таким образом, исследование распространилось за пределы рутинной процедуры опроса. В результате полностью подтвердились две рабочих гипотезы: любое публичное мероприятие является продуктом работы копирайтеров и политтехнологов, причем команду собирают под конкретный проект, разовый или периодический; массовость в значительной степени зависит от объема финансирования, общий успех – от организации PR-кампании в СМИ. В целом политическая поддержка или отказ в таковой имеет значение больше объема финансирования.

В настоящее время успех означает преимущество над конкурирующими проектами в финансировании и прежде всего в политической воле, которая, в свою очередь, повсеместно сводится к борьбе глобализующих и национальных проектов. Доказательная идентификация источника финансирования всегда составляет проблему. Следует учитывать, что против журналиста выступает профессиональная команда с опытными высокооплачиваемыми юристами. В открытый доступ попадает информация PR- характера от конкурирующих команд, которая не может сформировать системного понимания предмета. Нам

удалось выяснить, что в России национальные проекты обходятся на порядки дешевле глобализующих. Вопреки распространенному мнению о высокой коррупции в России, национальные проекты оставляют впечатление, обозначаемое продюсерами как «все деньги на экране», то есть финансирование использовано эффективно и пресловутых распилов не было, поскольку команда мотивирована на результат.

Наш опрос вызвал интерес, отвечали охотно и часто увлекались. Уникальный результат состоит в том, что ни один из опрошенных не отказался. При этом никто не сказал, что регулярно празднует Хэллоуин. Некоторые ответы прозвучали с грубым осуждением этого праздника. Фактически опрос проводили, пока не нашли позитивных ответов с признанием. Достаточно было задавать один и тот же вопрос каждому встречному без выбора и подбора, как обычно приходится делать журналистам.

Два респондента признали, что Хэллоуин в семье отмечали в прошлом году. Описание ритуала праздника сопровождаются оттенком оправдания: «Я пошла навстречу дочери: мы пригласили соседских детей, муж купил тыкву, дети сами сделали костюм. Но для них это была забавная игра, не более!» Другой респондент рассказал, что круглую тыкву в магазине не нашли и пришлось подрезать до положенной формы. Из внутренностей тыквы испекли самсу с зирой по узбекской традиции, не имеющей отношения к кельтской основе.

Эклектичность встречалась неоднократно. Некрещеный человек отмечает рождество дважды: и по католической традиции 25 декабря, и по православной 7 января. Реально отмечаемый как праздник студенчества День Святой великомученицы Татианы никто не вспомнил. Большинство опрошенных относится к иностранным праздникам негативно. Получены развернутые объяснения, для чего это финансируется. В целом респонденты были удивительно единодушны.

Всего в опросе приняло участие 20 экспертов. Из них 7 депутатов, 7 парламентских корреспондентов, 2 студента и по одному: представитель президента, сенатор, социолог и политолог, сотрудник пресс-службы. Еще один респондент находится за пределами Думы, литературовед из Минска.

Участники опроса представляют трудоспособное население страны, включая двадцатилетних студентов, тридцатилетних депутатов, людей среднего и старшего возраста.

Исследование подтвердило гипотезу о том, что новые иностранные праздники если и отмечают, то в основном молодые люди до 25-28 лет, да и то, как правило, в местах проникновения западной островной культуры. Их привлекает возможность поиграть в «нечистую силу» на Хэллоуин в конце ноября, когда можно предстать в каком-нибудь ночном клубе в костюме вампира или создать зловещую атмосферу с помощью полых тыкв с зажженными внутри свечами. После возвращения в свою среду обитания праздник не отмечается. Можно заметить, что, повзрослев, человек испытывает чувство неловкости за участие в ритуалах Хэллоуина в своем детстве.

Что касается Дня св.Валентина 14 февраля, то этот праздник отличается от Хэллоуина позитивной направленностью, так как считается Днем всех влюбленных. С конца 90-х годов в школах, вузах и на рабочих местах молодежь пишет и распространяет «валентинки» – разнообразной формы открытки с признаниями в любви. Этот праздник прижился еще и потому, что удачно предвывает по времени две традиционные календарные даты – 23 февраля и 8 марта, по сути являясь некоей репетицией этих гендерных праздников. «День всех влюбленных хошь ни хошь, а жене надо что-то подарить, коль жену зовут Валентина – суррогат 8 марта у нас такой получился. Кто имеет любовниц или пассив, тем более надо что-то подарить», – этот ответ показывает отношение к любви противоположное тому, что заложено в Дне Петра и Февронии.

Проблема рекламирования Хэллоуина отмечена и для России, и для Белоруссии: «В Беларуси проживает много католиков, однако, как мне кажется, все же срабатывает реклама, а не убеждения».

Следует отметить, что как Хэллоуин, так и День влюбленных имеет отечественные аналоги, имплементированные давно, но не всем известные. На Руси считали, что в конце апреля существует день, когда в определенном месте на Лысой горе собирается на свой шабаш нечистая сила – ведьмы, вурдалаки, русалки и прочая нечисть – и устраивают свой дьявольский пир, известный также как Вальпургиева ночь.

Попытка заменить День влюбленных Днем Петра и Февронии 8 июля в качестве дня любви, семьи и верности считается неудачной из-за выпадения на отпускной период. В реальности православный праздник распространяется успешней католического, учитывая, что федеральные СМИ о мероприятиях первого не сообщают, а второй рекламируют.

«Думаю, срабатывает реклама: мы часто слышим про эти праздники, многие не хотят отставать от моды»; «Ну, день всех влюбленных, типа этого. Слышишь, когда с утра каждые 15 минут объявляют о дне влюбленных», – таким образом отмечена ключевая роль СМИ.

Большинство ответивших никогда не участвовали в ритуалах и мероприятиях иностранных праздников: «Я даже не знаю, когда они»; «Никак. Я чту свою историю»; «Полная бредятина для РФ»; «Они не в нашей традиции»; «Дурачки из числа молодых бездумно перенимают западные традиции, абсолютно не свойственные нам»; «Хэллоуин, он не только иностранный, это, к сожалению, праздник, который вызывает всех чертей, и поэтому я отношусь резко отрицательно».

По поводу празднования Хэллоуина: «Лично я его праздником не считаю, как и День св. Валентина, т.к. это католическая традиция, которую воспринимаю как «не свою» (разумеется, без отрицательной коннотации)».

Судя по ответу из Минска, в Белоруссии иностранные праздники насаждаются даже активней, чем в России: «Многие в Беларуси (по крайней мере, в Минске) на эти праздники реагируют («отмечанием» это назвать нельзя, т.к. большинство не задумывается об истории праздников, традициях и т.д.,

а скорее реагируют на «упаковку»: красивые атрибуты, товары). Происходит это приблизительно так: в центре города разгуливают молодые люди в костюмах на Хэллоуин. А накануне дня св. Валентина увеличивается, причем заметно, количество соответствующих товаров (открыток, свечей, игрушек...), их можно наблюдать в корзинах покупателей в супермаркетах; в школах проводятся мероприятия (обмен открытками, иногда дискотеки), детям все это нравится».

Для Белоруссии использована схема США с прицелом на детей: «У меня Хэллоуин, что называется, в крови благодаря учебе по обмену под Бостоном. В США Хэллоуин превратился в детский утренник. На всех мероприятиях следят за возрастными ограничениями. В страшных костюмах запрещалось заходить на детские этажи школы. Отмечается весело, многие в костюмах. С группами детей родители – старшие ведьмы. Положено раздавать конфетки. Если нет конфетки, можно потребовать вредность. Приютившая семья не отмечает, потому что это для детей, а не взрослых. Вернувшись в Россию, не отмечаю».

В устных ответах получен настоящий анализ, причем молодые респонденты проявили фундаментальное знание проблемы. «Хэллоуин был кельтский праздник самхейн. День мертвых, день поминовения усопших, сообщения с параллельным миром, миром мертвых. ... люди должны знать, откуда пошел праздник и тогда уже решать, стоит отмечать или не стоит, был ли он праздником. Очень сильно поменялся смысл, и смысл который рассчитан на потребителя».

Для Дня Святого Патрика источник финансирования связался с интересом пивных компаний. Отмечена тенденция на разлад в обществе: «День святого Патрика – это такой праздник, который опять же вызывает каких-то нечистых сил. Потто, это связано с ходами по городу, барабанными дробями. Я помню, лет 15-20 назад даже возникали из-за этого конфликты части молодежи, которая поддерживала этот праздник, и другой, которая их гоняла. Конечно, это вносит разлад в общество».

Один из респондентов отметил связь популяризации иностранных праздников с насаждением постмодернизма: «Мне кажется, существует такая связь, потому что активная идет пропаганда, и многие люди то ли покупаются, то ли следуют этой пропаганде. Они получают удовольствие, потому что это весело, это ярко. Ну, просто чтобы не сидеть, не скучать и не смотреть дома телевизор. Я считаю, что у нас тоже много таких интересных и стоящих праздников, которые мы можем раскрыть перед людьми, чтобы они поняли их смысл и значение».

Мнения тех, кто заимствованные праздники отмечать не хочет, в принципе, разделились. Примерно треть опрошенных негативно относится к ним и считает, что в России их вообще не нужно отмечать. Остальные более толерантны и, хоть сами и не отмечают, считают, что если кто-то хочет, пусть отмечает, это личное дело каждого.

Некоторые из ответивших (их немного) усматривают в праздновании «чужих» праздников утрату национальной идентичности, некий «антипатриотизм», с которым надо активно бороться: мол, праздники эти навязанные, ничего общего

с русской культурой не имеют и вообще не нужны и даже вредны: «Международный день объятий абсолютно не наш праздник, ничего хорошего не несет. Отмечается в январе, когда повышенная эпидемиологическая опасность и нужно избегать контактов. А тут объятия, поцелуи»; «Поклонение чужим богам ни к чему хорошему не приводит. Мы и есть оккупированная страна».

Отмечена необходимость политики постепенного замещения; «Я считаю, что праздники в такой очень корректной форме должны быть заменены на общероссийские»; «В идеале можно отказаться от всех таких праздников. Но если их запретить сейчас, то ни к чему хорошему не приведет, только озлобит молодых людей, которые будут говорить – мы это праздновали, теперь нет такой возможности, значит, у нас нет свободы».

Возможность «Импортзамещения праздников» связана скорее с лояльностью, чем с агрессивным неприятием, с сохранением исторически новых советских традиций: «Нормально отношусь ко всем праздникам, потому что давным-давно осталось три праздника – Новый год, 9 мая, день рождения. 9 мая потому, что оба деда воевали, оба остались живы и много рассказывали».

Очевидно, база для народного единства все же есть, учитывая, что подъем патриотизма и позитивных настроений в стране вызвал возврат Крыма в Россию.

Лозунгом ратующих за «наши» традиции стала фраза «За Деда Мороза обидно!», так как в Новогодние праздники у нас Санта Клаус появляется чаще, чем Дед Мороз. Однако большинство опрошенных не согласилось с этим, утверждая, что образу Деда Мороза, который по-прежнему популярен, ничто не угрожает.

Анализ мнений опрошенных показал, что к разным праздникам – разное отношение. Действительно, если брать наши традиционные праздники, их можно разделить на религиозные и светские, дохристианские языческие (например, Масленица или День Ивана Купала) и христианские (Рождество, Крещение, Пасха и другие), также русские и советские, чисто отечественные (23 февраля, 4 ноября) и международные (8 марта Международный женский день, 1 мая День солидарности трудящихся, 1 июня Международный день защиты детей), а также профессиональные (День десантника, День радио, День милиции и другие).

Результаты опроса показали, что по данному вопросу мнения разделились, но преобладающей позицией является активное игнорирование или агрессивное отрицание этих праздников как значимых для россиян. Резко негативные мнения о категорической их неприемлемости не были значительны по числу, но весьма агрессивны эмоционально. Сводились в основном к тому, что навязанные праздники несут чужие ценности и деструктивную идеологию. Данная позиция аналогична той, которая нередко высказывается по поводу языковых заимствований, которые «портят» русский язык.

Дискуссия по этому вопросу уже давно перешагнула двух- или даже трехвековой рубеж, а русский язык живет и обогащается, отмечая ненужное в процессе

самоорганизованной естественной эволюции. Проблема, возможно, заключается в излишней идеологизации заимствований, чего бы они ни касались.

Для тех, кто управляет массовым сознанием, есть повод задуматься над использованием такого эффективного PR-инструмента, как всенародные праздники, которые могут как объединять людей, так и разъединять, подчинять или вызывать протест при весьма незначительном превышении предела толерантности массового сознания к искусственной деформации.

Литература

1. Муром – столица Любви, Семьи и Верности. Юрий Московский, директор проектов Фонда развития международных связей «Добрососедство». http://www.dobro-sosedstvo.ru/dobro/ru/etc/o_49259?rating=up&isNew=0
С фотографиями <http://maxpark.com/community/13/content/3552226>

ВНУТРЕННИЙ ИМИДЖ ГОРОДА В ПЕРИОД ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОБЛЕМ (ПО МАТЕРИАЛАМ ПРЕССЫ)

О.А. Вольф,

ассистент, аспирант

Хакасский государственный университет им. Н.Ф.Катанова (Россия)

E-mail: oles-sya@mail.ru

Е.В. Шахаева,

студент

Хакасский государственный университет им. Н.Ф.Катанова (Россия)

E-mail: kate11195@mail.ru

Аннотация. В статье рассматривается имидж города Абазы (Республика Хакасия) в глазах его жителей в период внутренних экономических проблем на материале публикаций в городской газете «Абазинский Курьер».

Ключевые слова: имидж территорий, медиаимидж, внутренний имидж города.

Summary. The article discusses the image of the city Abaza (the Republic of Khakassia) in the eyes of its inhabitants during the internal economic problems on the material of the publication in the local newspaper «The Courier Abaza».

Keywords: the image of the territory, mediaimage, the internal image of the city.

Теоретические и практические изыскания в области формирования имиджа территорий стали проводиться в России сравнительно недавно. В настоящее время данное направление стало популярным и разрабатывается довольно активно как учёными, так и специалистами-практиками.